

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Digital Communication*
Wulan Puji Astutik
44518010043

Analisis Media Sosial Dalam Membangun *Brand Awareness* Dan Meningkatkan *Engagement Rate* Pada Media Sosial Instagram Umkm Asinan Buah Sourking
Jumlah Halaman : XI + 129 Halaman + Lampiran
Daftar Pustaka : 10 Jurnal, 3 Skripsi, 20 Non Jurnal

ABSTRAK

Pada era digital seperti sekarang semakin banyak orang yang menggunakan seperti media sosial untuk menyampaikan informasi, menyalurkan hobi dan sekarang dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan pemasaran. Media sosial khususnya Instagram sekarang dimanfaatkan menjadi media pemasaran, promosi produk untuk membangun merek dan menjadi sarana bagi pengusaha berkomunikasi dengan konsumen. Agar penggunaan media sosial lebih maksimal untuk melakukan pemasaran dan promosi kita perlu menganalisis setiap interaksi yang terjadi pada media sosial kita terutama pada konten-konten yang diunggah.. Salah satu UMKM yang pengabdian dan tim TAPN temukan belum memanfaatkan media sosial untuk pemasaran yaitu UMKM Asinan Buah Sourking yang berlokasi di Binong Permai Blok B11 No.8, Desa Suka Bakti, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang, Banten.

Tim TAPN melakukan pendampingan terhadap UMKM Asinan Buah Sourking ini selama 2 bulan. Kegiatan awal dilaksanakannya Mini Workshop mengenai pemasaran digital, konten digital dan analisis digital. Pengabdian menyampaikan materi mengenai cara meningkatkan *engagement* dan membangun *brand awareness* pada media sosial Instagram. Hasil kegiatan pendampingan pengabdian terhadap UMKM Asinan Buah Sourking terlaksana sesuai yang diharapkan. Selama 2 bulan pengabdian mengelola akun Instagram mitra sudah mendapatkan pengikut dan *engagement* yang tinggi. Mitra juga sudah dapat memposting sebuah konten dengan menggunakan hashtag yang sesuai dan dapat menganalisis *Insight* konten setiap minggunya.

Kata kunci : TAPN, UMKM, *Engagement*, *Brand Awareness*, Instagram

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Digital Communication*
Wulan Puji Astutik
44518010043

Social Media Analysis In Building Brand Awareness And Increasing Engagement Rate On Instagram Social Media UMKM Asinan Buah Sourking
Number of Pages : XI + 129 Pages + Attachment
Bibliography : 10 Journals, 3 Thesis, 20 Non Journals

ABSTRACT

In the digital era like now more and more people are using such as social media to convey information, channeling hobbies and now being used as a means of promotion and marketing Social media, especially Instagram, is now used as a marketing medium, product promotion to build a brand and a means for entrepreneurs to communicate with consumers. . In order to maximize the use of social media for marketing and promotion, we need to analyze every interaction that occurs on our social media, especially the uploaded content. Sourking located at Binong Permai Block B11 No. 8, Suka Bakti Village, Curug District, Tangerang Regency, Banten.

The TAPN team provided assistance to the MSME Asinan Fruit Sourking for 2 months. The initial activity was holding a Mini Workshop on digital marketing, digital content and digital analysis. The servant conveys material on how to increase engagement and build brand awareness on Instagram social media. The results of the service assistance activities for SMEs Asinan Fruit Sourking were carried out as expected. For 2 months, I have been managing partners' Instagram accounts, I have gotten high followers and engagement . Partners can also post content using the appropriate hashtags and can analyze Insights every week.

Keywords: TAPN, UMKM, Engagement, Brand Awareness, Instagram